



OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

SCENARIO ED EVOLUZIONE DEI POST SPONSORED YOUTUBE MAGGIO 2024

POWERED BY  **Talkwalker**

Un report mensile

Dopo l'analisi mensile, attivata da tempo su Instagram, ONIM integra anche **YouTube**, con un altro report dedicato a comprendere numeri, caratteristiche e trend dei **video nati da collaborazione tra creator e brand**.

Un'aggiunta in grado di contestualizzare ancora più in profondità lo scenario dell'**influencer marketing italiano**.

Anche in questo caso, il report nasce dalla collaborazione con il nostro partner **Talkwalker** e dalle potenzialità di analisi della suite.

Matteo Pogliani

Founder Osservatorio Nazionale Influencer Marketing





Metodologia

Tutti i dati utilizzati nelle analisi mensili, provengono dalla suite di **Talkwalker**, tool dedicato all'analisi delle conversazioni online e delle social performance di profili di brand o di influencer.

L'analisi è realizzata mediante una mappatura su **YouTube** delle **keyword di interesse**, inerenti agli hashtag da **utilizzare nelle collaborazioni tra brand e influencer** (come da **Digital Chart** dello IAP).

Di seguito gli hashtag analizzati: **#ad #adv #advertising #sponsored #sponsoredby #giftedby #gifted #sponsorizzato #suppliedby #supplied**

I risultati sono poi “puliti” attraverso l'isolamento e la disambiguazione dei contenuti trovati in fase di analisi.





**Video Sponsored:
quale scenario a Maggio 2024?**



Maggio

I video nati da collaborazione brand/influencer

2.5K

-3,85%

Numero video

1.3M

+47,74%

Interazioni generate

27.3M

+26,39%

View



Maggio

Keyword più utilizzate nei video Sponsored



Maggio

Hashtag utilizzati nei video Sponsored

#Short #girlyoutuber #FortniteSolo
#FortniteWin #fortniteChallenges #FortniteTheGame #live
#FortnitexBox
#NoSense #adv #ad #fortnite #twich
#YouTube #fortniteSniping #StagioneFortnite
#FortniteStreamer #fortnitebattleroyal #fortnitemobile
#TikTok #FortniteSkins #FortniteToday #ayameatsuko
#Ninja #girlstreamer

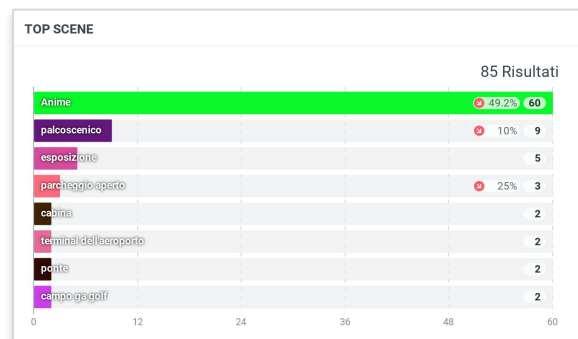
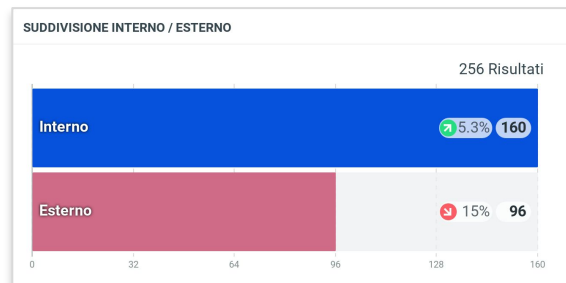
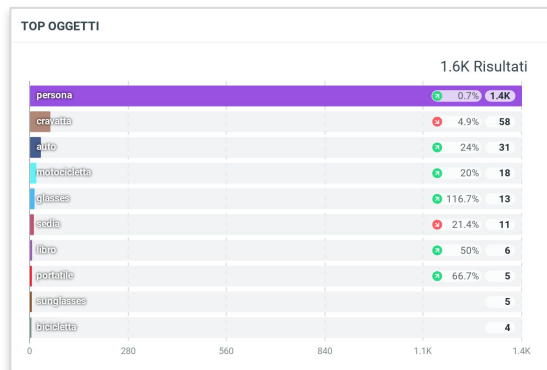


Maggio

Brand menzionati nei video Sponsored



Maggio YouTube Analisi Visual



Maggio

Top creator per attività Sponsored

Influencer 	Post ↓	Sentiment	Portata	Portata per risultato	Engagement	Engagement per menzione
 Ayame_Atuko http://www.youtube.com/	151  79.8%		31.1K  -1.7%	205.9  -45.3%	1.3K  10.9%	8.3  -38.3%
 Il Sole 24 ORE http://www.youtube.com/	27  -22.9%		2.5K  -46.8%	93.1  -31%	81  -2.4%	3  26.5%
 PSYCHIATRY ON LINE ITALIA - VIDEOCHANNEL http://www.youtube.com/	25  -16.7%		18.5K  226.8%	738.9  292.1%	624  79.3%	25  115.2%
 Blaziken68_x http://www.youtube.com/	23  64.3%		342.1K  61.1%	14.9K  -2%	23.8K  48.3%	1K  -9.7%
 MesbetTV http://www.youtube.com/	23  9.5%		149K  -3.8%	6.5K  -12.2%	20.6K  -3.6%	897.1  -12%
 radio digitale 103 Torino in streaming web http://www.youtube.com/	22  -33.3%		33  -79.6%	1.5  -69.4%	1  -88.9%	0  -83.3%
 Yamaha Tenere 700 http://www.youtube.com/	19  111.1%		36.7K  2.3K%	1.9K  1.1K%	517  1.5K%	27.2  665.3%
 Independence Festival http://www.youtube.com/	17		3.3K	191.5	121	7.1
 Key4Biz http://www.youtube.com/	15		245	16.3	0	0
 euronews (in Italiano) http://www.youtube.com/	15  -11.8%		3.4K  -34.3%	227.1  -25.6%	48  -77.5%	3.2  -74.5%



Fonte: Talkwalker

Maggio

I video sponsored più performanti



Le pizze a cubi conviene farle su Minecraft @whengamersfail @Xboxitalia #adv

2Men1Kitchen
81.400 iscritti

iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

57K

1.1M

N/D

56.6K 'Mi piace' di YouTube,
1.1M Visualizzazioni YouTube, 427 Commenti



Facciamola scaldare come si deve.

CI RISIAMO !!! #chefmaxmariola #bistecca

Chef Max Mariola
889.000 iscritti

iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

47K

954.2K

N/D

46.7K 'Mi piace' di YouTube,
954.2K Visualizzazioni YouTube, 313 Commenti

Maggio I video sponsored più performanti



“
e sono a pranzo quando entrano dei boss importanti
”

Visualizza i prodotti

VEDERE PER LA PRIMA VOLTA DEI BOSS [#onemoretimepodcast](#) [#lucacasadei](#) [#boss](#)

PODCAST ONE MORE TIME di Luca Ca...
347.000 iscritti

Abbonati Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

METRICHE 35.5K 885.4K N/D

34.9K 'Mi piace' di YouTube,
885.4K Visualizzazioni YouTube, 565 Commenti



per colpa di questa qua ho rotto il telefono

Chiedi aiuto con un gesto in codice [#short](#)

Kiko. Co Video Emozionali
257.000 iscritti

Iscriviti

CORRISP. ADV YOUTUBE

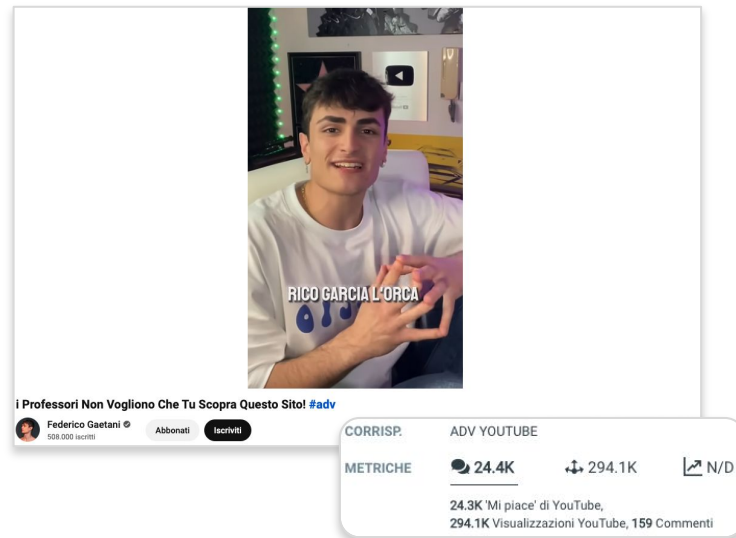
METRICHE 28.3K 686.3K N/D

28.2K 'Mi piace' di YouTube,
686.3K Visualizzazioni YouTube, 148 Commenti



Maggio

I video sponsored più performanti



Maggio I video sponsored più performanti



Spediamo un Amico al Sud in un Pacco per Risparmiare - Cose che un Tirchio NON deve Fare - theShow



CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

23.8K

430.7K

N/D

23.5K 'Mi piace' di YouTube,
430.7K Visualizzazioni YouTube, 314 Commenti



#verooofake il primo smartphone che non teme 📱 #adv #realme12Series5G #realme12+ #realmesmartphone



CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

22.3K

601.7K

N/D

22.2K 'Mi piace' di YouTube,
601.7K Visualizzazioni YouTube, 82 Commenti



Maggio

I video sponsored più performanti



Roberto Saviano, da Roberto a Saviano (1 di 2) - One More Time



PODCAST ONE MORE TIME di Luca Ca...

Abbonati

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

20K

653.7K

N/D

19.4K 'Mi piace' di YouTube,
653.7K Visualizzazioni YouTube, 591 Commenti



CONOSCI IL NOME REALE? Indovina il personaggio! - iNoob Quiz Show



iNoobChannel

Abbonati

Iscriviti

CORRISP.

ADV YOUTUBE

METRICHE

17K

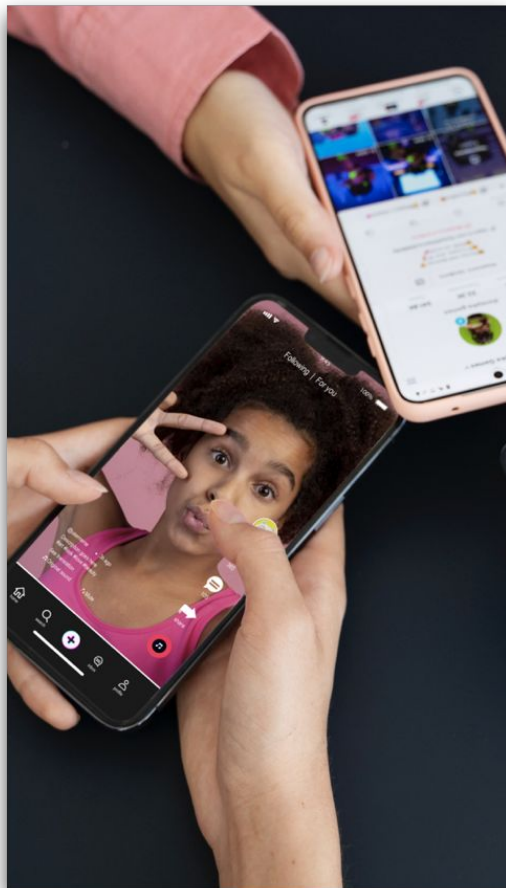
176.6K

N/D

16.9K 'Mi piace' di YouTube,
176.6K Visualizzazioni YouTube, 148 Commenti



Meno video ma molte più interazioni e views: questo è lo scenario delle attività di Influencer Marketing a Maggio su YouTube. La top10 dei video sponsored è dominata dagli Shorts con sette contenuti su dieci.



Nel mese di Maggio, in questa piattaforma, si registrano dati opposti al mese precedente: diminuisce il numero di video ma **aumentano** le relative performance.

I video nati in partnership tra influencer e Brand sono **2.5K**, quasi il 4% in meno rispetto al mese precedente. Grande balzo invece per le interazioni che salgono del **47,74%** arrivando a **1.3M**. Anche le views crescono e con un **+26,39%** toccano quota **27.3M**.

Nella classifica dei 10 video più performanti del mese domina l'**Entertainment** e la **Tecnologia**. Lato formati invece, questo mese, gli **Shorts** si prendono ampiamente la scena con sette video su dieci.





Chi siamo

L'Osservatorio nasce con l'obiettivo di **informare e fare divulgazione** sui temi legati all'**Influencer Marketing**, proponendo best practice e dati sulla situazione del mercato italiano.

Una realtà di supporto a tutti gli stakeholder di settore, aperta e partecipativa.

È possibile fare richiesta di adesione su www.onim.it



FOUNDER



PARTNER



PARTNER ISTITUZIONALI



PARTNER TECNOLOGICI



ASSOCIATI



CONTATTI

OSSERVATORIO
NAZIONALE
INFLUENCER
MARKETING

INFO@ONIM.IT | WWW.ONIM.IT



Tutti i contenuti del presente report sono distribuiti sotto la licenza
"Attribuzione Condividi allo stesso modo 3.0 Italia (CC BY-SA 3.0 IT)"